



The relationship between positive organizational behavior and demographic factors of banking industry managers with their communication quotient (Case study: Keshavarzi bank)

Sahar Sadraei^{1*}, Ahmad Vedadi²

1. Phd in Public Administrative Management (Organizational Behavior), Islamic Azad University, Roudehen Branch, Iran
2. Associate Professor of Management, Faculty of Islamic Azad University, Central Tehran Branch, Iran

Abstract

Communication quotient of a manager helps him to adjust his communication style. In this research, the researcher has investigated the positive organizational behavior and demographic factors affecting the communication quotient of managers in the keshavarzi Bank. This research is applied in terms of purpose and descriptive in terms of data collection. The statistical population includes managers, assistants and experts of the keshavarzi bank in the whole of Tehran province in the number of 387 people, and based on Morgan's table, the sample number was calculated to be 193 people, who were selected using random sampling method. The research tools were the standard psychological capital questionnaires of Luthans et al. (2007) and Burmester's communication competence (1988). The validity of the questionnaires was confirmed based on face and content validity, 0.893, and Cronbach's alpha method was used for the reliability of the questionnaire, and its values were 0.79 for the psychological capital questionnaire and 0.83 for the communicative competency. Data analysis was done at two descriptive and inferential levels using the correlation method. The findings showed that demographic factors and variables of positive organizational behavior have created a positive and significant relationship with communication quotient. But among the personality traits, only gender variable 25 percent and marriage variable 35 percent; And in the dimensions of positive organizational behavior, only the dimension of optimism 30 percent was able to explain the changes in communication quotient.

Keywords: Communication quotient, Positive organizational behavior, Banking industry.

*Corresponding Author: Sahar Sadraei, s_sadraeei@yahoo.com



رابطه رفتار سازمانی مثبت گرا و عوامل جمعیت‌شناختی مدیران صنعت بانکداری با هوش ارتباطی آنان (مطالعه موردی: بانک کشاورزی)

دکتری مدیریت دولتی (گرایش رفتار سازمانی) دانشگاه آزاد اسلامی، واحد رودهن، ایران
دانشیار، دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران مرکزی، ایران

سحر صدرائی*
احمد ودادی

چکیده

هوش ارتباطی یک مدیر به او کمک می‌کند که چگونه سبک ارتباطی خود را، تنظیم کند. محقق در این پژوهش با هدف بررسی رفتار سازمانی مثبت گرا و عوامل جمعیت‌شناختی مؤثر بر هوش ارتباطی مدیران در بانک کشاورزی، به آن پرداخته است. این پژوهش از نظر هدف، کاربردی و از نظر نحوه گردآوری داده‌ها، توصیفی از نوع همبستگی است. جامعه آماری شامل مدیران و معاونان و کارشناسان بانک کشاورزی در کل استان تهران به تعداد ۳۸۷ نفر می‌باشند و بر اساس جدول مورگان، تعداد نمونه ۱۹۳ نفر محاسبه گردید که با استفاده از روش نمونه‌گیری تصادفی انتخاب شدند. ابزار پژوهش، پرسشنامه‌های استاندارد سرمایه روان‌شناختی از لوتانز و همکاران (۲۰۰۷) و شایستگی ارتباطی از بورمستر (۱۹۸۸)، بوده‌اند. روایی پرسشنامه‌ها بر اساس روایی صوری و همچنین محتوایی، ۰/۸۹۳ مورد تأیید قرار گرفت و برای پایایی پرسشنامه از روش آلفای کرونباخ استفاده شد که مقادیر آن به ترتیب، پرسشنامه سرمایه روان‌شناختی، ۰/۷۹ و شایستگی ارتباطی، ۰/۸۳ بوده است. تحلیل داده‌ها در دو سطح توصیفی و استنباطی با استفاده از روش همبستگی انجام گرفت. یافته‌ها نشان داد که عوامل جمعیت‌شناختی و همچنین متغیرهای رفتار سازمانی مثبت گرا، رابطه مثبت و معنی‌داری با هوش ارتباطی ایجاد نموده‌اند. لیکن از بین ویژگی‌های شخصیتی، تنها متغیر جنسیت ۲۵ درصد و متغیر تأهل ۳۵ درصد؛ و در ابعاد رفتار سازمانی مثبت گرا نیز تنها بُعد خوش‌بینی وارد مدل شده که توانست، ۳۰ درصد، تغییرات هوش ارتباطی را تبیین کند.

واژگان کلیدی: هوش ارتباطی، رفتار سازمانی مثبت گرا، صنعت بانکداری.